

**Florian Renz**

# **Praktiken des Social Networking**

**Eine kommunikationssoziologische Studie  
zum online-basierten Netzwerken am  
Beispiel von openBC (XING)**

**vwh**

Verlag Werner Hülsbusch  
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

Florian Renz: Praktiken des Social Networking

**Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© 2007

**vwh** Verlag Werner Hülsbusch  
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

[www.vwh-verlag.de](http://www.vwh-verlag.de)

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen jeder Art, Übersetzungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Satz: Werner Hülsbusch

Umschlag: design of media, Lüchow

Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

Originalausgabe · ISBN: 978-3-9802643-6-5

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Vorwort</b>	<b>7</b>
<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>9</b>
1.1	Relevanz des Themas	9
1.2	Fragestellung	10
1.3	Aufbau der Arbeit	11
<b>2</b>	<b>Soziale Netzwerke und das Internet</b>	<b>15</b>
2.1	Netzwerke und die Netzwerkgesellschaft	15
2.1.1	Das Konzept des sozialen Netzwerkes	15
2.1.2	Die Netzwerkgesellschaft	17
2.1.3	Beschreibungsmerkmale sozialer Netzwerke	19
2.2	Networking	21
2.2.1	Typische Praktiken des Networking	22
2.2.2	Vermehrung von Sozialkapital als zentrales Motiv	25
2.3	Kommunikation im Internet	28
2.3.1	Historischer Überblick zur Entwicklung des Internet	28
2.3.2	Computervermittelte interpersonale Kommunikation	31
2.3.3	Der „Computerrahmen“ und seine Kommunikationsregeln	34
2.4	Soziale Beziehungen und Vergemeinschaftungsprozesse im Internet	37
2.4.1	Veränderungen bei bestehenden Beziehungen	37
2.4.2	Die Entwicklung von neuen Beziehungen	39
2.4.3	Virtuelle Gemeinschaften	41
2.4.4	Merkmale sozialer Netzwerke bei computervermittelter Kommunikation	43
<b>3</b>	<b>Social Software und Networking</b>	<b>47</b>
3.1	Ein Überblick zu Social Software	47
3.1.1	Grundlegendes zum Begriff und zur Entwicklung von Social Software	47
3.1.2	Verschiedene Formen der Social Software	49
3.1.3	Die Rolle von Social Software im Networking-Prozess	53
3.2	Wichtige Eigenschaften von Social Network Sites	55
3.2.1	Der Grad der Offenheit	55
3.2.2	Die Größe des Netzwerkes	56
3.2.3	Das Definieren der Kontakte	57

---

3.2.4	Die Suchfunktion, das Profil und die Visualisierung der Beziehungen	59
3.2.5	Fazit: Die technische Basis von Social Network Sites	61
3.3	Zusammenfassung: Praktiken des online-gestützten Netzwerkers	62
<b>4</b>	<b>Fallstudie: Die Networking-Plattform openBC</b>	<b>65</b>
4.1	Vorstellung der Plattform openBC	65
4.2	Methodische Anmerkungen	68
4.2.1	Die technischen Funktionalitäten von openBC	70
4.2.2	E-Interviews mit den Nutzern von openBC	70
4.2.3	Analyse des deutschsprachigen openBC-Forums „Anregungen, Lob und Kritik“	74
4.2.4	Teilnehmende Beobachtung beim openBC-Treff	75
4.2.5	Zusammenfassung: Der Methodenmix in der openBC-Fallstudie	76
4.3	Ergebnisse der Fallstudie	77
4.3.1	Inhaltsanalytische Erhebung: Der Aufbau von openBC	77
4.3.2	E-Mail-gestützte Interviews: Die Nutzung von openBC	90
4.3.3	Die Analyse des Feedback-Forums in openBC	102
4.3.4	Exkurs: Teilnehmende Beobachtung bei den openBC-Treffen	107
4.4	Diskussion der Ergebnisse	111
<b>5</b>	<b>Ausblick</b>	<b>117</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>121</b>
	<b>Auflösung der Weblinks</b>	<b>127</b>
	<b>Datenanhang</b>	<b>129</b>
	<b>Sachregister</b>	<b>130</b>